**证券代码：300577 证券简称：开润股份**

**安徽开润股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

 编号：2020-002

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | ■特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 □其他  |
| **参与单位名称及人员姓名** | 中金（香港）公司、Oasis基金 |
| **时间** | 2020年1月20日下午15:00—16:00 |
| **地点** | 上海市松江区莘砖公路518号漕河泾松江园区14号楼5楼会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书:徐耘；业务相关负责人:崔进；证券事务代表:林德栋  |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 一、介绍上市公司经营状况、未来发展规划、业务发展情况等二、主要问题及回答1、公司在品牌方面的工作有哪些成效？ 答：公司基于产品品牌思维，提出“把生活装在路上”的新主张，通过影视剧植入、全平台种草营销及推广、联名合作、在机场投放广告等多种方式提升品牌的知名度和名誉度。2019年，90分亮相2019年上海时装周、法国蓬皮杜艺术中心，为产品注入潮流时尚基因，同时推出了“线上玩转抖音挑战赛”，深度绑定垂直出行平台，联合明星开展线下“活色声箱”等活动，获得了较大的关注度，90分微博、微信等社交媒体粉丝数量大幅提升，“90分”入围了“亿邦动力”2019新国货榜单，并荣膺36氪发起的“新品牌之王”的称号，品牌建设初见成效。2、公司B2B的发展战略怎么样？答：公司坚持“同一客户拓展品类，同一品类拓展客户”的发展战略，与国际知名品牌耐克、迪卡侬、戴尔、惠普等保持长期战略合作关系，不断拓展并优化客户结构，完善产品品类，强化精益管理能力，持续提升产能，完善战略布局，夯实竞争壁垒。 3、公司在人力建设上有哪些工作？答：公司将“员工成长”写进企业的核心价值观，推动并引领企业从“劳动密集型”向“智力密集型”转变。公司坚定不移地贯彻和执行人才发展战略，围绕人力资源管理的“选、用、育、留”四大职能，不断推动公司人才梯队建设，持续加大“润苗计划”的投入力度，扩大培训生的规模，重新设计培养模式和成长路径，帮助他们快速成长。公司启动了针对管理人员综合能力提升的“干部集训营项目”，持续为各层级管理人员进行业务、技能、领导力等方面的综合赋能，以提升全面管理的水平和能力。4、在供应链方面，公司是如何做深的？ 答：公司将跨界思维融入科技创新，强化与美国铝业、德国科思创（原德国拜耳）、美国杜邦、日本东丽、YKK、Segway等全球知名供应商的战略合作伙伴关系，在原材料创新、工艺创新和核心配件改良方面不断精进。另一方面，加强对供应链合作伙伴的管理整合，进一步优化供应链体系，提高采购效率，持续增强核心供应商粘度，积极营造和谐发展、互利共赢的局面。5、公司推出了哪些新品？答：2019年，公司推出了曼哈顿轻盈都市系列旅行箱及背包、仅有1.7kg的高科技凯芙拉材质超轻旅行箱、snapshooter都市双肩包、时尚商务双肩包等，并携手爱马仕前设计师在法国蓬皮杜国家艺术文化中心发布全新90分轻盈都市NICE限定系列。迭代后的90分产品在色彩搭配上更丰富，产品创新力更突出，覆盖人群与小米系列产品形成了差异化，盈利水平进一步提升。在其他出行消费品领域，公司推出了轻便易收纳夹克、三防免烫衬衫、轻便易收纳夹克、工装立领羽绒夹克、极影超轻跑鞋等满足多种出行生活场景的产品类型。6、公司B2C发展的怎么样？答：公司坚持“做好产品”理念，基于移动互联网、新零售、消费升级、跨界思维等经营理念，在巩固已有渠道优势的基础上，强化多渠道布局和优化，米系渠道和非米系渠道独立运营，线下及海外渠道积极探索，供应链管理和整合能力做深做强，新品有序迭代，品牌塑造不断强化，综合竞争实力持续提升。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年1月20日 |